

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП  
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

UDC80 (82)

ISSN 1857-7059

ГОДИШЕН ЗБОРНИК

2013

YEARBOOK

2013



ГОДИНА 4

VOLUME IV

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP  
FACULTY OF PHILOLOGY

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП  
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

---

ISSN 1857-7059



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК**  
**2013**  
**YEARBOOK**  
**2013**

ГОДИНА 4

VOLUME IV

---

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP  
FACULTY OF PHILOLOGY



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК  
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ  
YEARBOOK  
FACULTY OF PHILOLOGY**

**За издавачот**

проф. д-р Јованка Денкова

**Издавачки совет**

Проф. д-р Саша Митрев  
Проф. д-р Блажо Боев  
Проф. д-р Лилјана Колева Гудева  
Доц. д-р Јованка Денкова  
Доц. д-р Махмут Челик  
Доц. д-р Ранко Младеноски  
М-р Ристо Костуранов

**Редакциски одбор**

Проф. д-р Виолета Димова  
Вонр. проф. Луси Караниколова  
Доц. д-р Толе Белчев  
Доц. д-р Билјана Ивановска  
Доц. д-р Јованка Денкова  
Доц. д-р Марија Леонтиќ  
Доц. д-р Марија Кусевска  
Доц. д-р Марија Кукубајска  
Виш лектор м-р Снежана Кирова  
М-р Весна Коцева

**Главен уредник**

Доц. д-р Билјана Ивановска

**Одговорен уредник**

Доц. д-р Нина Даскаловска

**Јазично уредување**

Даница Гавриловска-Атанасовска  
(македонски јазик)  
Доц. д-р Марија Кукубајска  
(англиски јазик)

**Техничко уредување**

Славе Димитров, Благој Михов

**Печати**

Печатница „2-ри Август“ - Штип  
Тираж - 300 примероци

**Редакција и администрација**  
Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип  
Филолошки факултет  
ул. „Крсте Мисирков“ 10А  
п. фах 201, 2000 Штип  
Р. Македонија

**Editorial board**

Prof. Sasa Mitrev, Ph.D.  
Prof. Blazo Boev, Ph.D.  
Prof. Liljana Koleva – Gudeva, Ph.D.  
Ass. Prof. Jovanka Denkova, Ph.D.  
Ass. Prof. Mahmut Chelik, Ph.D.  
Ass. Prof. Ranko Mladenoski, Ph.D.  
Risto Kosturanov, M.Sc.

**Editorial staff**

Prof. Violeta Dimova, Ph.D.  
Asoc. Prof. Lusi Karanikolova Ph.D.  
Ass. Prof. Tole Belcev, Ph.D.  
Ass. Prof. Biljana Ivanovska, Ph.D.  
Ass. Prof. Jovanka Denkova, Ph.D.  
Ass. Prof. Marija Leontic, Ph.D.  
Ass. Prof. Marija Kusevska, Ph.D.  
Ass. Prof. Marija Kukubajska Ph.D.  
Lecturer Snezana Kirova, M.A.  
Vesna Koceva, M.A.

**Managing editor**

Ass. Prof. Biljana Ivanovska, Ph.D.

**Editor in chief**

Ass. Prof. Nina Daskalovska, Ph.D.

**Language editor**

Danica Gavrilovska–Atanasovska  
(Macedonian)  
Ass. Prof. Marija Kukubajska, Ph.D.  
(English)

**Technical editor**

Slave Dimitrov, Blagoj Mihov

**Printing**

„Vtori Avgust“ - Stip  
Printing No 300

**Address of editorial office**

Goce Delcev University–Stip  
Faculty of Philology  
Krste Misirkov 10A  
PO box 201, 2000 Stip  
R. of Macedonia



## СОДРЖИНА CONTENT

<b>д-р Билјана Ивановска</b> <b>д-р Јаготка Стрезовска</b> СИНТАКСИЧКАТА СТРУКТУРА НА ГЛАГОЛИТЕ СО ПРИЗНАКОТ „ЕМОЦИОНАЛНОСТ“ ВО ГЕРМАНСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК <b>Бiljana Ivanovska, Ph.D.</b> <b>Jagotka Strezovska, Ph.D.</b> THE SYNTACTIC STRUCTURE OF THE VERBS WITH THE FEATURE “EMOTIONALITY” IN THE CONTEMPORARY GERMAN AND MACEDONIAN LANGUAGE .....	7
<b>д-р Билјана Ивановска</b> <b>д-р Нина Даскаловска</b> ПРЕГЛЕД И КЛАСИФИКАЦИЈА НА ГЛАГОЛИТЕ ШТО ИСКАЖУВААТ ПСИХИЧКА СОСТОЈБА ВО ГЕРМАНСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК <b>Бiljana Ivanovska, Ph.D.</b> <b>Nina Daskalovska, Ph.D.</b> OVERVIEW AND CLASSIFICATION OF VERBS EXPRESSING PSYCHOLOGICAL STATE IN CONTEMPORARY GERMAN AND MACEDONIAN LANGUAGE .....	15
<b>д-р Дејан Методијески</b> <b>Костадин Голаков</b> КУРСЕВИТЕ ЗА СТРАНСКИ ЈАЗИЦИ КАКО ФАКТОР ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА <b>Dejan Metodijeski, Ph.D.</b> <b>Kostadin Golakov</b> FOREIGN LANGUAGE COURSES AS A FACTOR FOR PROLONGATION OF THE TOURIST SEASON .....	23
<b>м-р Ева Ѓорѓиевска</b> КОНЦЕПТОТ НА НАРАТИВЕН ИДЕНТИТЕТ КАЈ ПОЛ РИКЕР И НЕГОВАТА ПРИМЕНЛИВОСТ НА ДЕЛОТО НА МАРСЕЛ ПРУСТ <b>Eva Gjorgjievсka, M.A.</b> THE CONCEPT OF NARRATIVE IDENTITY IN PAUL RICOEUR AND ITS APPLICABILITY ON MARCEL PROUST’S WORK .....	29
<b>доц. д-р Фадил Хоџа</b> СУЛТАНИ ПОЕТИ ОД 16 ВЕК И НИВНАТА ПОЕЗИЈА <b>Fadil Hodza, PhD</b> SULTANS POETS IN THE XVI CENTURY AND THEIR POETRY .....	39
<b>Ивана Митева</b> ПРИЧИНИ ЗА КОРИСТЕЊЕ ТЕХНОЛОГИЈА ВО НАСТАВАТА ПО АНГЛИСКИ ЈАЗИК <b>Ivana Miteva</b> REASONS FOR USING TECHNOLOGY IN THE ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM .....	49



- м-р Јане Јованов**  
ЛИНГВИСТИЧКИОТ РЕЛАТИВИЗАМ ПРЕКУ ПРЕГЛЕДОТ НА  
ЕУФЕМИЗМИ И ПРИНЦИПИТЕ НА НОВОГОВОРОТ ВО „1984“  
**Jane Jovanov, M.A.**  
LINGUISTIC RELATIVISM THROUGH A REVIEW OF  
EUPHEMISMS AND THE PRINCIPLES OF NEWSPEAK IN “1984” ..... 55
- проф. д-р Блаже Китанов**  
РАСКАЗИТЕ И ПАТОПИСИТЕ НА АЦО ШОПОВ  
**Ph.D Blaze Kitanov**  
STORIES AND TRAVELOGUE NOTES OF ACO SHOPOV ..... 63
- д-р Ранко Младеноски**  
ОДНОСОТ НА МАКЕДОНИСТИТЕ ОД 19 ВЕК  
КОН АНТИЧКА МАКЕДОНИЈА  
**Ranko Mladenoski, Ph.D.**  
THE POSITION OF 19<sup>TH</sup> CENTURY  
MACEDONIAN REFORMERS ON ANCIENT MACEDONIA ..... 73
- д-р Марија Леонтиќ**  
СЕМАНТИКАТА НА ТУРСКИОТ СУФИКС  
-џи/-чи /-CI/ (-c1, -c1, -cu, -cū, -ç1, -ç1, -çu, -çü)  
ВО ТУРСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК  
**Marija Leontic, Ph. D.**  
THE SEMANTICS OF THE TURKISH SUFFIX  
-џи/-чи /-CI /(-c1,-c1,-cu,-cū,-ç1,-ç1,-çu,-çü)  
IN THE TURKISH AND IN THE MACEDONIAN LANGUAGE ..... 83
- д-р Луси Караниколова-Чочоровска**  
ЗА ТРАДИЦИЈАТА И МЕНТАЛИТЕТОТ ВО РОМАНОТ  
„ЗОНА ЗАМФИРОВА“ ОД СТЕВАН СРЕМАЦ  
**Lusi Karanikolova-Chochorovska, Phd**  
ON THE TRADITION AND MENTALITY IN THE NOVEL  
„ZONA ZAMFIROVA“ BY STEVAN SREMAC ..... 93
- доц. д-р Махмут Челик**  
ЖИВОТНОТО ДЕЛО НА ШУКРИ РАМО (1918-1988)  
**Mahmut Celik, PhD**  
THE LIFEWORK OF THE WRITER SHUKRI RAMO ..... 103
- м-р Марија Крстева**  
ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ДЕНЕС – ДАЛИ „ЛОКАЛНОТО“ Е НОВОТО „ГЛОБАЛНО“?  
**Marija Krteva, MA**  
IS THE “LOCAL” THE NEW “GLOBAL”? ..... 109
- д-р Марија Кусевска**  
СТЕКНУВАЊЕ ПРАГМАТИЧКА КОМПЕТЕНЦИЈА  
**Marija Kusevska, PhD**  
DEVELOPING PRAGMATIC COMPETENCE ..... 113



<b>м-р Марија Тодорова</b> <b>м-р Весна Коцева</b> АНКЕТАТА КАКО МЕТОД ЗА НАУЧНО ИСТРАЖУВАЊЕ <b>Marija Todorova, M.A.</b> <b>Vesna Koceva, M.A.</b> SURVEY AS A SCIENTIFIC RESEARCH METHOD .....	121
<b>Моника Ценова</b> УПОТРЕБАТА НА КОНЦЕПТУАЛНАТА МЕТАФОРА КАКО ПРОМОТОР НА ВЕСТИ ВО НАСЛОВИТЕ НА МАКЕДОНСКИТЕ И АМЕРИКАНСКИТЕ ВЕСНИЦИ <b>Monika Cenova</b> THE USE OF CONCEPTUAL METAPHOR AS A NEWS STORY PROMOTER IN MACEDONIAN AND AMERICAN NEWSPAPER HEADLINES .....	131
<b>м-р Надица Маркоска</b> ЛЕКСИКАТА ВО ФУДБАЛОТ ВО ИТАЛИЈАНСКИОТ ЈАЗИК <b>Nadica Markoska, M.A.</b> FOOTBALL LEXICON OF ITALIAN LANGUAGE .....	139
<b>м-р Наталија Поп Зариева</b> ФИКЦИЈА ИЛИ РЕАЛНОСТ: ПОПУЛАРНАТА КУЛТУРА НА 21 ВЕК И ПОСТМОДЕРНАТА ЛИТЕРАТУРА <b>Natalija Pop Zarieva, M.A.</b> FICTION OR REALITY: POPULAR CULTURE OF 21 <sup>st</sup> CENTURY AND POSTMODERN LITERATURE .....	149
<b>д-р Нина Даскаловска</b> <b>д-р Билјана Ивановска</b> РАЗВИВАЊЕ НА ВЕШТИНИТЕ НА ЧИТАЊЕ <b>Nina Daskalovska, Ph.D.</b> <b>Biljana Ivanovska, Ph.D.</b> DEVELOPING READING SKILLS .....	155
<b>доц. д-р Марија Емилија Кукубајска</b> <b>Фросина Јованова</b> ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНА СПОРЕДБА: АМЕРИКАНСКАТА БИТ КУЛТУРА СОЦИЈАЛНО АКТИВИРАНА ОД ПОСТМОДЕРНИЗМОТ <b>Marija Emilija Kukubajska, PhD</b> <b>Frosina Jovanova</b> INTERDISCIPLINARY COMPARISON: THE AMERICAN BEAT CULTURE SOCIAALLY ACTIVATED BY POST-MODERNISM .....	161
<b>проф. д-р Виолета Димова</b> <b>Габриела Николовска</b> ЕТИЧКИТЕ ВРЕДНОСТИ ВО БАЈКИТЕ ОД БРАЌАТА ГРИМ <b>Violeta Dimova, Ph.D.</b> <b>Gabriela Nikolovska</b> ETHICAL VALUES IN THE GRIMM BROTHERS' FAIRY TALES .....	173



- проф. д-р Димова Виолета**  
**Гордана Николовска**  
ВТОР СТРАНСКИ ЈАЗИК ВО СОВРЕМЕНОТО ОБРАЗОВАНИЕ – АСПЕКТИ И  
УСЛОВИ ЗА НЕГОВО ИЗУЧУВАЊЕ  
**Ph.D. Dimova Violeta**  
**Gordana Nikolovska**  
SECOND FOREIGN LANGUAGE IN CONTEMPORARY EDUCATION:  
ASPECTS AND CONDITIONS FOR ITS ACQUISITION ..... 179
- м-р Драгана Кузмановска**  
**м-р Биљана Петковска**  
**Весна Ничева**  
УСПЕШЕН ТРАНСФЕР НА ПОГОВОРКИТЕ И  
ПОСЛОВИЦИТЕ ОД ЕДЕН ВО ДРУГ ЈАЗИК  
**M.A. Dragana Kuzmanovska**  
**M.A. Biljana Petkovska**  
**Vesna Nicheva**  
SUCCESSFUL TRANSFER OF PROVERBS AND SAYINGS  
FROM ONE LANGUAGE INTO ANOTHER ..... 183
- м-р Јована Караникиќ**  
ИМИЊАТА ОД СТРАНСКО ПОТЕКЛО КАКО КУЛТУРНИ РЕФЕРЕНЦИ ПРИ  
ПРЕВОД НА КНИЖЕВНИ ТЕКСТОВИ  
**Jovana Karanikik, MA**  
THE NAMES OF FOREIGN ORIGIN AS CULTURAL REFERENCES IN THE  
TRANSLATION OF LITERARY TEXTS ..... 191
- м-р Снежана Кирова**  
КАКОВ НАСТАВНИК ВСУШНОСТ САКАМЕ  
**Snezana Kirova**  
WHAT KIND OF A TEACHER DO WE ACTUALLY WANT ..... 201
- м-р Татјана Уланска**  
**м-р Весна Коцева**  
ПРОФИЛОТ НА ИДНИОТ ПРЕВЕДУВАЧ И ТОЛКУВАЧ ВО ПРЕСРЕТ  
НА ВЛЕЗОТ НА МАКЕДОНИЈА ВО ЕУ  
**Tatjana Ulanska, M.A.**  
**Vesna Koceva, M.A.**  
THE PROFILE OF THE FUTURE TRANSLATOR AND INTERPRETER  
IN THE ACCESSION PROCESS OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA  
IN THE EUROPEAN UNION ..... 207



Стручен труд  
Professional paper

## УПОТРЕБАТА НА КОНЦЕПТУАЛНАТА МЕТАФОРА КАКО ПРОМОТОР НА ВЕСТИ ВО НАСЛОВИТЕ НА МАКЕДОНСКИТЕ И АМЕРИКАНСКИТЕ ВЕСНИЦИ

Моника Ценова<sup>1</sup>

### Апстракт

Фигуративниот јазик е сè позастапен во весниците и јазикот на новинарите. Најавите на вести на насловните страни, насловите на статиите во весниците и магазините се преполни со метафорични изрази кои им го привлекуваат вниманието на слушателите и читателите и ги тераат да читаат меѓу редови за да ја разберат информацијата што треба да се пренесе. Во овој труд се обработува концептуалната метафора, нејзината употреба во насловите на македонските и англиските весници за промовирање на вести, со што ќе се нагласи дека играта со зборовите преку која се создаваат метафори го збогатуваат јазикот и изразувањето на новинарите во весниците на двете култури. Концептуална метафора уште се нарекува и „метафора од аспект на когнитивната лингвистика“ (Lakoff & Johnson, 1980). Според оваа идеја метафората не се разгледува само од аспект на класичната теорија според која метафората е творба на јазична употреба, туку и од аспект на современата теорија според која метафората се поврзува со значењето и разбирањето на концептите т.е. со помош на истата концептите се објаснуваат и стануваат разбирливи за зборувачите на еден јазик.

**Клучни зборови:** *концептуална метафора, метафората во насловите на весниците, промотор на вести, македонски весници, американски весници, употреба, значење.*

## THE USE OF CONCEPTUAL METAPHOR AS A NEWS STORY PROMOTER IN MACEDONIAN AND AMERICAN NEWSPAPER HEADLINES

Monika Cenova<sup>2</sup>

### Abstract

Figurative language is more and more frequent in the newspapers and the language of journalists. Announcements of news stories on headlines, headlines of articles in newspapers and magazines are full of metaphorical expressions

<sup>1</sup>) Филолошки факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

<sup>2</sup>) Faculty of Philology, Goce Delcev University, Stip





that capture the attention of listeners and readers and make them read between the lines to understand the information that needs to be transmitted. This paper deals with the conceptual metaphor, its use in headlines of Macedonian and English newspapers to promote the news stories, which will emphasize the fact that metaphors created with word play enrich the language and expression of journalists in newspapers of both cultures. Conceptual metaphor is also called “ metaphor from the perspective of cognitive linguistics “ (Lejkof and Johnson, 1980). According to this, metaphor is not considered only in terms of the classical theory according to which metaphor is a creation of language use, but in terms of the contemporary theory according to which metaphor relates to the meaning and understanding of concepts , i.e.with its use the concepts are explained and understood by the speakers of a language.

**Keywords:** *conceptual metaphor, metaphor in newspaper headlines, promoter of news, Macedonian newspapers, American newspapers, use, meaning.*

### Вовед

Во овој труд е претставен дел од моето истражување за споредба на употребата на концептуалната метафора во македонскиот и англискиот јазик, за да се нагласи дека играта со зборовите преку која се создаваат метафори го збогатува јазикот и изразувањето. Секоја вест во весниците има наслов чијашто цел е да го привлече вниманието на читателот, да го задржи неговото внимание и да го привлече да го прочита остатокот од статијата.

Метафората употребена во контекст на насловите во весниците е една од најважните стилски изразни средства што се употребуваат за да се промовира веста. Таа е предмет на многу лингвистички истражувања (Lakoff & Johnson, 1980; Kövecses, 2005; Gibbs, 1994, 1999) Во овој труд метафората ја разгледуваме од концептуална гледна точка. Како што објаснува Бартон (Barton, 2004):

Главна претпоставка е дека јазикот се заснова на истовремен сооднос помеѓу 1) концепти и структури и 2) структури и функции. Терминот ‚структура‘ се однесува на ‚дел од јазикот‘, а терминот ‚функција‘ на ‚употреба на јазикот за одредена намена‘. Концептуалната метафора се состои од мисла и концепт. Таа се реализира како дел од јазикот (наслов во весник), кој пак има одредена употреба (да ја промовира веста). (стр.58)

Концептуалната метафора го збогатува јазикот и изразувањето во новинарството и го привлекува вниманието на читателот. Истражувањето покажа како се користи концептуалната метафора во двата јазика, кои се разликите и од што тие произлегуваат, дали постојат сличности и доколку постојат кои се тие. Исто така, се гледа кој повеќе ја преферира употребата



на концептуална метафора за привлекување на вниманието на читателот, македонските новинари или пак американските. Со истражувањето се дава одговор и на прашањето дали постојат концептуални метафори кои се специфични само за американската или само за македонската култура и како тие се изразуваат во другиот јазик.

### Истражување

Истражувањето се заснова на трудот на Јианг-Шинг Ши (Jian-Shiung Shie, 2012) за концептуалната метафора како промотор на вести во весници наменети за читатели на кои мајчин јазик име е англискиот јазик и на оние кои англискиот јазик го изучуваат како втор јазик. Предмет на истражувањето е употребата на концептуалната метафора во насловите во одреден број претходно селектирани македонски и американски весници. Во него ќе се обидеме да покажеме колкава е застапеноста на концептуалната метафора и нејзиното влијание при пренесување на веста.

За истражувањето беа избрани пет американски весници: *The New York Times*, *Los Angeles Times*, *Chicago Tribune*, *The Washington Post*, *Daily News* и пет македонски весници: *Нова Македонија*, *Утрински весник*, *Вечер*, *Дневник* и *Макфакс*. Весниците се во електронска форма заради нивната поголема достапност. Концептуалната метафора се разгледува во новинарски текстови кои третираат теми од различни области како економија, политика, спорт и забава. За споредбата да биде доследна, истата вест или истиот настан се споредува и во македонските и во американските весници за да се востанови дали иста концептуална метафора применуваат и двата јазика и колку таа зависи од влијанието на англискиот јазик врз македонскиот јазик. Беа одбрани 16 меѓународни вести и секоја од нив беше пронајдена и извадена од 10<sup>те</sup> весници, вкупно давајќи 160 наслови од кои некои содржат концептуална метафора, а некои не. Притоа се внимаваше веста или настанот да биде објавен на ист датум и во македонските и во американските електронски весници. Датумот требаше да се поклопува затоа што вестите можат да претрпат измени во текстот, а со тоа се губи врската помеѓу концептуалната метафора во двата јазика. Вестите се за светски настани за да бидат застапени и во двете групи на весници. Оние вести кои се специфични за Македонија не се вклучени во истражувањето, бидејќи тие отсутствуваат од американските весници. Дел од вестите и настаните се за смртта на Маргарет Тачер, Кралската венчавка, папата Френсис, Фукушима, ураганот Ирина, вториот мандат на Обама, Стив Џобс, Мајами Хит итн.

Со цел да се спореди употребата на метафората во македонските и во американските весници, се обидовме да одговориме на овие 4 прашања:

1. Колкава е застапеноста на концептуалната метафора во насловите во македонските весници?



2. Колкава е застапеноста на концептуална метафора во насловите во американските весници?
3. Кој употребува повеќе концептуална метафора во насловите, македонските или американските новинари?
4. Дали и едните и другите ја користат истата метафора за да ја пренесат истата вест?

За подобро да се објасни како се одвиваше анализата на насловите, подолу се дадени неколку примери со концептуална метафора од двата вида на весници:

- *Стив Џобс - Микеланцело на дигиталната доба* (Нова Македонија, 2011 година)

Во овој наслов, Стив Џобс познат како извршен директор на Епл е директно спореден со Микеланцело, најголемиот уметник на своето време. Целта на оваа вест е да се информира за неговата оставка како главен извршен директор на Епл, поради здравствени проблеми. Сепак, фокусот е на неговиот неверојатен талент и достигнувања како инженер, како и на иновациите кои ги донел во областа на технологијата.

- *Steve Jobs cultivated his, and Apple's, aura close to the turtleneck* (Chicago tribune, 2011)

Оваа вест коментира за оставката на Стив Џобс како извршен директор, поради здравствени проблеми. Сепак, фокусот е на неговото непобитно влијание врз општеството. Понатаму во написот се зборува за тоа како Џобс создал посебна аура околу неговите производи и традиција на потрошувачи кои се собираат пред Епл продавниците за да ја купат најновата технологија. Тој бил вешт во управувањето со оваа аура. Стив останал доследен на својот личен имиџ во согласност со неговата позната црна ролка (*turtleneck*), која во овој случај е метафора за мистеријата која ја опкружува компанијата. Оваа мистерија не се однесува само на имиџот и добрата реклама. Џобс се смета за визионер, еден од ретките извршни директори со креативност и интелигенција доволни за да ја водат компанијата кон голем успех.

- *Почина железната лејди, Маргарет Тачер* (Вечер, 2013)
- *Почина челичната лејди Маргарет Тачер* (Макфакс, 2013)

Овие две статии информираат за трагичната смрт на поранешниот премиер на Велика Британија Маргарет Тачер. За време на нејзиниот живот, таа беше позната како *The Iron Lady*, на англиското говорно подрачје, а на македонски, како што се гледа погоре, се користат и челичната лејди или железната лејди и двата вида на метали, челик и железо, во македонскиот јазик се користат да означат дека таа била цврста и решителна личност која не прифаќа компромиси и секогаш е во право. Таа била бестрашен политичар и првата жена во Британија на таква позиција. Метафората во насловот, железната лејди и челичната лејди се намерно вметнати за да



се нагласи дека таа е многу одлучна и силна жена и дека нејзината смрт е голема загуба.

- *Britain's "iron lady" Margaret Thatcher dies* (Chicago tribune, 2013)

Исто како и во македонските весници, американските новинари го користат “*iron lady*”, кога известуваат за Маргарет Тачер што покажува дека таа била светски позната како бестрашен и решителен политичар на Велика Британија.

- ... *И си живееја среќно до крајот на животот* (Нова Македонија, 2011 година)

Овој наслов се однесува на денот на свадбата на Кејт Мидлтон и принцот Вилијам. Многу луѓе го гледаат како совршен пример на свадба од бајките со екстравагантна церемонија и нивната скромна љубов еден кон друг, како и неизбежниот факт дека Вилијам е, всушност, вистински принц, а Кејт е обичен граѓанин. Пораката на оваа вест е дека тие се наменети еден за друг и нивниот живот е сон кој се остварил.

- *Royal wedding brightens a gloomy U.K.* (Washington Post, 2011)

Американскиот весник за истата вест користи поинаква метафора. Иако во статијата се зборува за екстравагантноста на свадбата и церемонијата, со насловот сака да пренесе дека овој ден е клучна важност за Велика Британија, бидејќи станува збор за идниот крал и кралица. Во насловот временските услови и дождови во Велика Британија (*brightens a gloomy U.K.*) се метафорично употребени за да се нагласи дека денот кога Вилијам и Кејт стапуваат во брак е среќен ден за целото Кралство.

- *Десетици повредени во експлозии на маратонот во Бостон* (Нова Македонија, 2013)

Овој наслов не содржи метафора, бидејќи кога станува збор за трагични вести и природни катастрофи новинарите преферираат да ја остават веста да збори сама за себе и ги објавуваат најважните факти и детали. Го зедев како пример за споредба со англискиот за да покажам дека понекогаш вестите кои ги засегаат и кои се поблиску до американскиот народ содржат метафора во насловот, за разлика од македонските.

- *Explosions: Horror visits the Boston Marathon* (Los Angeles Times, 2013)

Оваа статија информира за трагичниот крај на маратонот во Бостон како резултат на две експлозии кои зедаа многу животи и оставија уште повеќе повредени. Во насловот, изразот *Horror visits* е употребен за сликовито да се претстави големината на овој ужасен настан кој се смета дека е терористички напад.

## Резултати

Истражувањето покажа дека вкупниот број на наслови со концептуална метафора во македонските весници е 31 од 80. Изненадувачки, американските весници имаат 32 од 80 наслови со



метафора, што значи дека и во македонските и американските весници се користи концептуалната метафора за промовирање на нивната вест, без значајна разлика во бројот на насловите со метафора. Значи, вкупниот број на наслови од весниците кои не содржат метафора е 97 од 160 наслови, што покажува дека насловите без метафори се преферираат како средство за промовирање на вест.

Исто така, со истражувањето се покажа која од 16 весте е најчесто промовирана со концептуална метафора низ десетте весници. Веста за погребот на Маргарет Тачер и смртта на Стив Џобс во седум весници се промовирани со наслови кои содржат метафора, а во другите три без. Ова е резултат на тоа што овие личности се на врвот на своето поле и насловите за нив најчесто треба да бидат впечатливи и со голема експресивна моќ за да ги привлечат читателите да го прочитаат остатокот од статијата. Вестите за ураганот Ирина и трагедијата во Бангладеш, беа промовирани со концептуална метафора во нивниот наслов во само еден весник од десет, затоа што видот на веста и фактите што ги нуди се доволни за читателите да се заинтересираат.

Кога станува збор за тоа дали македонските и американските весници ја користат истата метафора за да известат за истата вест, резултатите беа интересни. И македонските и американските весници ја користат истата метафора кога станува збор за луѓе кои се познати по одредени карактеристики или прекар што ги прави уникатни. Ова е случај со Маргарет Тачер како „железната, челичната дама/ iron lady“, која беше искористена и од македонските и од американските новинари во известувањето за нејзината смрт. Истиот случај е и со смртта на Џејмс Гандолфини, најмногу познат по неговата улога како „Тони Сопрано“, па во известувањето за неговата ненадејна смрт новинарите не се двоумеле да го користат ова име наместо неговото лично име. Слично на тоа, Стив Џобс беше окарактеризиран како „татко на Епл“ и „визионер“, што совршено се вклопува со неговата улога како основач и главен инженер на Епл.

Различни метафори се користат кога станува збор за иста вест која е поблиску до американската култура од која било друга. Изборот на Обама и втората победа на Мајами Хит на шампионатот во американските весници беа промовирани со различни концептуални метафори: *Home sweet home! Obama returns to White House for four more years as battered Republicans begin scramble for new leader; Election 2012: President Obama wins himself a White House do-over with victory over Mitt Romney; Election Day 2012: President Obama is the new Ronald Reagan; LeBron James re-Heats title for Miami; Crestfallen Spurs succumb to unstoppable LeBron James, Heat in epic Game 7 of NBA Finals.* Во македонските весници овие весте беа пренесени едноставно како информации кои се релевантни, но не и толку важни



колку што се за американската култура и општество. Затоа македонските новинари не употребуваат метафора, но метафората која американските весници ја користат е различна во зависност од она што е во центарот на веста. Во случајот на Обама, некои се фокусираат на неговата победа, а други на проблемите со кои тој мора да се соочи или промените кои треба да ги направи за поуспешен втор мандат. Американски новинари беа креативни при известување за освојувањето на Мајами Хит на својата втора титула. Создавајќи нови зборови и фалсификати ја моќта на Ле Брон Џејмс, неговиот талент и лидерство, тие создале иновативни наслови со концептуална метафора. Македонските весници, од друга страна пак, едноставно се фокусирале на известувањето дека тимот го освои НБА шампионатот таа година. Трагичните вести и известувањата за природни катастрофи се најмалку метафорични наслови, бидејќи и американските и македонските весници се обидуваат да ги објават само најважните факти, бројот на жртви и несреќи без да филозофираат и директно ја кажуваат целта на статијата.

### **Заклучок**

Ова истражување покажа дека и македонските и американските весници ја користат концептуалната метафора во насловите во весниците за промовирање на вести и за привлекување на вниманието на читателите. Не постои значајна разлика во тоа дали македонските или американските весници користат метафора почесто и двете страни имаат некои весници кои претпочитаат користење на метафората како промотор на вести, додека пак другите не користат метафора во насловите. Метафорите кои се користат за да се промовира вест можат да бидат или исти или различни во зависност од видот на веста која се соопштува, а се разбира и зависи од стилот на новинарот. Американските весници претпочитаат да бидат поинновативни со играта на зборови, но тоа не значи дека македонските весници не се иновативни воопшто. Целта на секој весник е да го улови и задржи вниманието на читателите, па затоа и концептуалната метафора сè повеќе и повеќе се користи во весниците.

### **Библиографија:**

1. Barton, Ellen. 2004. Linguistic discourse analysis: How the language in texts works. In Charles Bazerman & Paul Prior (eds.), *What writing does and how it does it: An introduction to analyzing texts and textual practices*, 57–82. London: Routledge.
2. Gibbs, Raymond. 1994. *The Poetics of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Gibbs, Raymond W. 1999. Taking metaphor out of our heads and putting



- it into the cultural world. In Raymond W. Gibbs & Gerard J. Steen (eds.), *Metaphor in cognitive linguistics*, 145–166. Amsterdam: John Benjamins.
4. Kövecses, Zoltán. 2005. *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. Cambridge: Cambridge University Press
  5. Lakoff, George & Mark Johnson. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
  6. Shie, Jian-Shiung. (2012). *Conceptual metaphor as a news-story promoter: The cases of ENL and EIL headlines*, 1-21